

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA, CLUB
DEPORTIVO, UBICADO EN LA CIUDAD DE PEREIRA - RISARALDA**

CRISTIAN CAMILO MESA LOTERO



**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
PEREIRA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA, CLUB
DEPORTIVO, UBICADO EN LA CIUDAD DE PEREIRA - RISARALDA**

CRISTIAN CAMILO MESA LOTERO

**Plan de negocio presentado como requisito para optar al título de
INGENIERO INDUSTRIAL**

Director: M.Sc. CESAR AUGUSTO ZAPATA URQUIJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
PEREIRA
2018**

DEDICATORIA

A mi familia por su apoyo en este largo camino de profesionalización, son el pilar más importante para dar siempre lo mejor de mí por salir adelante y esforzarme y ser cada vez mejor ser humano y profesional.

A la Universidad por ofrecerme siempre el acompañamiento necesario a la hora de buscar asesoría académica, a los docentes y directivos que hicieron presencia en el transcurso de mí caminar universitario.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco el desarrollo y culminación de este proyecto a la universidad, docente, directivo y asesor de práctica por ofrecerme las herramientas y el tiempo para realizar un plan tan importante no solo para graduarme sino para mi ejercicio laboral.

A mis compañeros y familia por ser un apoyo siempre en el largo camino recorrido y empujarme siempre a cumplir mis sueños sin importar los fracasos en el camino.

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO	8
2. ABSTRACT	9
3. INTRODUCCIÓN	10
4. MARCO GENERAL.....	11
4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
4.2 OBJETIVOS.....	11
4.2.1 Objetivo General	11
4.2.2 Objetivos Específicos	11
4.3 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA	11
4.4 PREGUNTA DE INVESTIGACION.....	12
5. MARCO REFERENCIAL.....	13
5.1 MARCO CONTEXTUAL	14
5.2 MARCO TEÓRICO	15
5.3 MARCO CONCEPTUAL	16
6. DISEÑO METODOLÓGICO	18
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
6.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	18
6.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	18
6.4 POBLACIÓN.....	18
6.5 MUESTRA	18
7. ASPECTOS DEL ENTORNO SOCIO - ECONÓMICO	19
7.1 ECONOMÍA	19
7.2 DEPORTE Y CULTURA	20
8. ESTUDIO DE MERCADO	22
8.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	22
8.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	23
8.2.1 Distribución geográfica del mercado de consumo.....	23
8.2.2 Comportamiento histórico de la demanda.....	23
8.2.3 Demanda actual	24
8.2.3.1 Muestra.....	24
8.2.3.2 Encuesta.....	25

8.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	30
8.3.1	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS COMPETIDORES	30
8.3.1.1	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	30
8.4	TIPO DE MERCADO	32
8.5	ANÁLISIS DE PROVEEDORES Y RÉGIMEN DE MERCADO DE INSUMOS.....	32
8.5.1	Proyección de la oferta.....	32
8.6	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	32
8.6.1	Proyección de precios	33
8.7	COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO	35
8.8	ANÁLISIS DOFA.....	36
8.8.1	Descripción de los canales de comercialización existente	36
8.8.2	Análisis de las ventajas y desventajas de los canales existentes	36
8.8.3	Descripción operativa del canal de comercialización seleccionado ...	37
8.8.3.1	Canal de comercialización directo	37
8.8.4	Mecanismos de promoción y publicidad.....	37
8.9	IMAGEN CORPORATIVA.....	38
8.9.1	Misión	38
8.9.2	Visión	38
8.9.3	Ficha técnica del servicio	39
8.9.4	Manejo de logo y marca	39
9.	ESTUDIO TECNICO	42
9.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	42
9.1.1	Capacidad del proyecto.....	42
9.1.1.1	Personal requerido	42
9.1.2	Análisis de los principales factores condicionantes del tamaño del proyecto.....	42
9.1.3	Programa de producción o comercialización.....	42
9.1.4	Conclusión sobre el tamaño de la planta	43
9.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	45
9.2.1	Micro localización	45
9.2.2	Macro localización.....	45
9.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	46

9.3.1	Descripción técnica del servicio	46
9.3.1.1	Tiempo del servicio.....	46
9.3.2	Análisis del proceso de producción (Diagrama de flujo).....	47
9.3.3	Listado de equipos, maquinaria, herramientas, muebles y enseres para la operación.....	47
9.3.3.1	Elementos necesarios para la ejecución del centro deportivo	47
9.3.4	Descripción de la materia prima e insumos.....	48
10.	ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN, ASPECTOS LEGALES Y AMBIENTALES.....	53
10.1	ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO	53
10.1.1	Estructura del organigrama.....	53
10.1.2	Manual de procesos y procedimientos.....	54
10.2	ASPECTOS LEGALES.....	59
10.2.1	Marco legal	59
10.2.2	Normativa.....	59
10.2.2.1	Del reconocimiento deportivo	59
10.2.3	Ambientales	60
10.2.4	Constitución de la empresa.....	60
10.2.5	Obligaciones tributarias.....	61
11.	ESTUDIO FINANCIERO	62
11.1	INVERSIÓN.....	62
11.2	PROYECCIÓN DE VENTAS	66
11.3	COSTOS.....	66
11.4	FLUJO DE CAJA	68
11.5	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	69
11.6	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	69
12.	CONCLUSIONES	71
13.	BIBLIOGRAFÍA	72

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como fin realizar el plan de negocios para la creación de un centro deportivo en la ciudad de Pereira llamado Fighter X cuya especialidad serán las carreras de obstáculos.

Surge como necesidad de ofrecer a la comunidad un enfoque deportivo diferente en donde las carreras de obstáculos sean el fuerte, también ofreciendo a los clientes excelente atención por medio de personal calificado que brinde una experiencia única y motivadora.

El centro deportivo Figther X ofrecerá servicio de nutricionista brindando integralidad y así poder asegurarle al usuario que el deporte que realizará no afectará su salud.

2. ABSTRACT

The present project takes as an end to realize a practicality study for the creation of a sports center in the city of Pereira called Fighter X whose specialty the obstacle races will be.

It arises like need to offer to the community a different sports approach where the obstacle races are the fortress, also offering to the clients excellent attention by means of qualified personnel that offers the only and motivating experience.

The sports center Fighter X will offer nutrition service offering a complement and this way to be able to make sure the user that the sport that it will realize will not affect its health.

3. INTRODUCCIÓN

En el siguiente plan de negocio se presenta el estudio de factibilidad para la creación de un centro deportivo especializado en carreras de obstáculos ubicado en la ciudad de Pereira en el Parque Metropolitano del Café y que busca cubrir la necesidad de la población de realizar deporte de una manera diferente.

Estudios previos indican que el crecimiento de la necesidad de la población por verse bien y sentirse bien es imparable, los gimnasios y/o centros deportivos ganan cada vez más adeptos, lo cual hace desde esa perspectiva una idea muy acorde a la oportunidad actual que el mercado ofrece.

Es por lo anterior, que el siguiente estudio de factibilidad pasa por un análisis de un estudio socio - económico que resalta la oportunidad de la ubicación geográfica y posteriormente por un estudio de mercado que identifica el tipo de usuario, analiza la demanda y por medio de una encuesta se obtienen las características más importantes que buscan los habitantes de la ciudad o población objetivo. Luego, continúa con un estudio de la competencia y los proveedores más acorde para la compra de la maquinaria y equipo requerido para ofrecer un excelente servicio, complementado con el análisis DOFA que resalta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector en pro de encontrar estrategias que mejoren la situación actual y cubran una necesidad de la población.

En el estudio técnico se plantea la manera en la cual estará organizada y constituida la empresa, el personal requerido, la capacidad del proyecto e infraestructura, así como el diagrama de flujo sobre el proceso de atención y oferta del servicio, los aspectos legales relacionados con la constitución de una S.A.S. y para finalizar, el estudio financiero que dará la viabilidad o no del plan de negocio en términos contables.

4. MARCO GENERAL

4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Pereira debido a la falta de espacios deportivos que busquen la relación de la naturaleza con el deporte, es importante diseñar proyectos empresariales enfocados en dichos aspectos. Teniendo en cuenta que realizar ejercicio en un gimnasio se volvió aburrido para muchas personas e inclusive en la actualidad está de moda otro tipo de prácticas deportivas, se hace necesario crear un club deportivo que sea un espacio adecuado para aquellos que buscan algo diferente, en donde los clientes tengan la certeza de estar haciendo ejercicio de manera adecuada y con el acompañamiento de instructores preparados.

4.2 OBJETIVOS

4.2.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio para la creación de un club deportivo que preste servicios relacionados con el ejercicio siendo su valor agregado su centro al aire libre y las prácticas que ofrece, en la ciudad de Pereira - Risaralda.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita establecer la aceptación de los pereiranos del segmento seleccionado a la creación del club deportivo.
- Aplicar un estudio técnico que permita plantear el tamaño del club, su localización, los recursos necesarios y demás para la implementación del club deportivo.
- Identificar los recursos administrativos, legales y medioambientales que son requeridos para este tipo de empresa.
- Plantear el impacto de la nueva empresa en el entorno.
- Realizar un estudio financiero que permitirá conocer la factibilidad del proyecto desde el punto de vida monetario.

4.3 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

En pleno siglo XXI la sociedad se encuentra en la búsqueda de estilos de vida saludable, por ende, el incremento de los establecimientos enfocados en el físico y estilos de vida saludable se encuentra auge, así mismo, se hace necesario la

innovación en los mismos con el firme objetivo de mejorar la satisfacción de los usuarios buscando una oferta de servicios integrales.

El espíritu competitivo de la población genera la necesidad de buscar una alternativa para que ellos cubran esa necesidad y fuera de sentirse satisfechos, hagan deporte.

4.4 PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Es factible la creación de un centro deportivo en la ciudad de Pereira – Risaralda enfocado en carreras de obstáculos?

5. MARCO REFERENCIAL

En la actualidad la población vive en una sociedad de ocio que crece de manera progresiva, considerando el tiempo libre del trabajo y estudio como el espacio que usan las personas para realizar otro tipo de actividades como los hobbies o aquellas que generan un placer en particular.

“Cuenca argumenta que el ocio no es tiempo libre, como tantas veces se ha dicho, ni tampoco una actividad, sino un modo de ser y percibir, un estado mental o si se quiere, un ámbito de experiencia humana determinado por la actitud con la que se lleva a cabo una acción” (Reverter Masla & Barbany Cairó, 2007, pág. 59).

En apoyo a Cuenca, el tiempo libre también se debe administrar de manera tal que se ejecuten actividades propias del ser de cada individuo y lo complementen de una manera integral.

“Actualmente el sector “gimnasios y centros deportivos” se constituye como una parcela de gran importancia dentro del panorama de la industria del ocio. El auge creciente del sector ocio-salud se viene produciendo desde hace varias décadas, de modo que en la actualidad el ocio y tiempo de ocio, y ejercicio físico y deporte como ocio son predictores de calidad de vida. En este sentido es cuando podemos y debemos relacionar ocio con la calidad de vida, un concepto multidimensional que incluye todos los ámbitos de la vida humana (estado de la salud, bienestar, participación social, condiciones de vida...) (Reverter Masla & Barbany Cairó, 2007, pág. 59)

Por ende, en la actualidad existe una relación directa con el hecho de realizar ejercicio y la calidad de vida de la persona que lo practica, pues es un espacio en donde aparte de ejercitarse, socializa, su salud mejora notablemente y su actitud frente a la vida también.

“De acuerdo con un archivo del periódico El Tiempo, la historia del deporte en Colombia viene desde 1930 con la hegemonía conservadora y la celebración del primer centenario de la Independencia de España, es en ese momento que se da la llegada de la disciplina deportiva al país que finaliza con la sanción de la Ley 80 de 1925 que reglamenta la educación física y los deportes que da vida a la Comisión Nacional de Educación Física y para 1926 se celebran las primeras justas de los llamados Juegos Olímpicos en Cali”. (Quitán Roldán, 2014)

Pasó mucho tiempo para que el deporte no se tomaba muy en serio, inclusive el ejercitar el cuerpo estaba lejos de ser considerada una actividad que sirviera para mejorar la calidad de vida de la persona que lo practicara.

Para el año 1951, se introdujo más el deporte en el país y se crean clubes y federaciones, surgen las competencias de gran impacto y despegó el deporte en Colombia con la construcción de grandes escenarios deportivos, lo cual mejoró mucho para 1972 con el presidente Gustavo Rojas Pinilla que se realizan certámenes deportivos y dicha situación va evolucionando y creciendo por medio del periodismo, se intercomunicaron las regiones, hoy en día, el deporte hace parte de la vida diaria de muchas personas, el Estado se preocupa inclusive por invertir en sus actividades deportivas internacionales, nacionales y regionales, promoviendo el ejercicio de un sin número de deportes que en la actualidad permiten tener mucho de dónde escoger para que los colombianos no solo tengan una opción de ocio, sino una alternativa para mejorar su calidad de vida y volverse más competitivos.

En el 2017, el departamento de Risaralda cumplió 50 años en el ejercicio del deporte, celebrando los grandes triunfos de los representantes a nivel nacional.

De acuerdo con el Banco de la República:

El éxito del crecimiento de una ciudad y la garantía de adecuados niveles de calidad de vida para sus habitantes no depende únicamente de factores geográficos y ambientales. Existen otros aspectos que motivan a los individuos a desplazarse a otras ciudades como turistas o como migrantes, y es, en este caso, que se incluyen los escenarios deportivos, inculcando mejor calidad de vida a los Risaraldenses.

Según lo anterior, los centros deportivos cogen cada vez más fuerza, en los próximos años los establecimientos que cubrirán las necesidades e intereses de la ciudad de Pereira tendrán un buen futuro, no solo por la economía y la infraestructura, o los espacios disponibles para ellos, sino porque va incrementando también la consciencia en la población sobre la importancia del ejercicio.

5.1 MARCO CONTEXTUAL

La zona en la cual se va a intervenir para la creación del club deportivo es la ciudad de Pereira, por su ubicación geográfica, crecimiento económico y gran población.

Según un boletín del DANE (2013), Pereira tiene un aproximado de 941.283 habitantes de los cuales el 84% habitan el área urbana y del departamento de Risaralda cubre el 49,4%.

“Las técnicas de gimnasia, incluso las de musculación, tienen cabida en los Centros de Fitness, pero mientras en los gimnasios su objetivo específico es el desarrollo, fortalecimiento y flexibilidad del cuerpo mediante la práctica de determinados ejercicios, el fin del Centro de Fitness es mucho más amplio, incluyendo la potenciación física, pero también el control emocional, la educación sanitaria, la correcta práctica dietética, el control y vigilancia médica. En suma, un total estilo de vida que le permite el total y pleno disfrute de la vida”. (Reverter Masla & Barbany Cairó, 2007, pág. 63)

De allí parte la diferencia entre centros deportivos y gimnasios, pero, por otra parte, los antecedentes relacionados con el deporte, indica que el tiempo que más dedican las personas a su ejercicio es los fines de semana.

Los servicios que ofrezca un centro deportivo son lo que llamará la atención de sus futuros clientes y será fundamental para su sostenibilidad y crecimiento, fomentando siempre el bienestar físico y como consecuencia de este, el emocional.

5.3 MARCO CONCEPTUAL

El primer estudio por realizar es el de mercado que permitirá conocer la posición actual del sector respecto a la oferta de centros deportivos en el mismo.

El estudio técnico ayudará a reconocer los recursos necesarios para la implementación del plan de negocio y será el soporte para su ejecución y control de procesos.

Finalmente, el estudio financiero permitirá conocer si es factible el plan de negocio y será sustentable, viable y rentable, es indispensable realizar este estudio como soporte para la posterior evaluación y aprobación.

Centro Deportivo: Espacio que se especializa en brindar servicios relacionados con el deporte.

Aire Libre: El centro deportivo se encontrará instalado en espacio abierto para mantener el contacto con la naturaleza y poder realizar los ejercicios que se requieren debido a la necesidad de cada servicio.

Deporte: Actividad o ejercicio físico que realiza una persona con fines específicos, obtener musculo, rebajar de peso, estado físico, etc.

Maquinaria: La maquinaria que se utilizará en el centro deportivo será más rudimentarias que las de un gimnasio, ya que en este el objetivo es más que hacer cardio o aeróbicos, montar bicicleta o caminadora, es realizar ejercicios con pesas.

Entrenamiento urbano: busca llevar el cuerpo a su máxima exigencia fortaleciendo toda la musculatura en general, disminuyendo la grasa corporal y buscando un mejor rendimiento en todas las actividades diarias. Su duración es de una hora y media aproximadamente.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación aplicada de tipo descriptivo permitiendo identificar y relacionar los diferentes elementos con relación al estudio de mercado, técnico y financiero, teniendo como fin la obtención de un resultado positivo para la implementación del plan de negocio.

6.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

La formulación de la propuesta inicial se obtiene por medio de fuentes secundarios a través de libros, artículos e historia a través de internet; posteriormente la fuente es primaria siendo la encuesta el canal principal de acercamiento con las personas.

6.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Encuesta: Se realizarán encuestas con el fin de obtener un resultado confiable.

Observación: A través de la cual se analizará la competencia y sus características para tener una base y ofrecer un mejor servicio.

6.4 POBLACIÓN

Habitantes de la ciudad de Pereira de manera principal los que habitan en el sector de Cuba y zonas aledañas.

6.5 MUESTRA

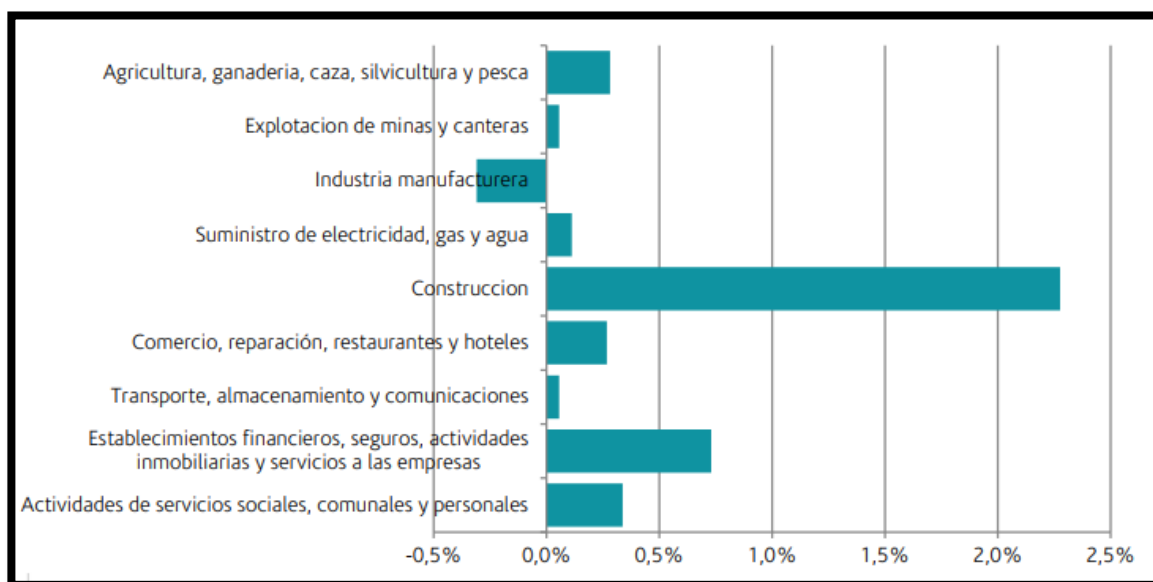
Muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde se escogerá la muestra de manera libre dado que no se tiene acceso al total de la población.

7. ASPECTOS DEL ENTORNO SOCIO - ECONÓMICO

7.1 ECONOMÍA

El municipio de Pereira cuenta con una economía diversificada en su estructura económica, el sector primario representa el 5.7% del producto interno, el sector secundario muestra un peso relativo de 26.2% en el municipio y el sector terciario es el más representativo con una magnitud de 68.1%. El PIB de Pereira creció 3.7% en el año 2004, sin duda este año fue exitoso donde varios hechos reactivaron la economía, como el programa bandera del gobierno nacional, mayor fluidez del sistema financiero, las remesas enviadas de compatriotas residentes en el exterior que tienen un impacto importante en el consumo, lo anterior acompañado de mejores precios del petróleo, carbón, níquel, incluso café. Estos acontecimientos se reflejaron en el incremento tanto en la oferta como en la demanda de bienes y servicios. (DANE, 2016, pág. 3)

Ilustración 2 Estado socio económico Pereira



Fuente: (CCP, 2018, pág. 13)

La industria manufacturera, ha tenido una recuperación muy importante, tanto en materia de consumo energético como de empleo y se espera que al cierre de 2017 esta actividad sea impulsora del crecimiento departamental. En transporte y almacenamiento, el hecho de que en 2017 no se haya registrado paro camionero va a generar un incremento de entre 5% y 8%, producto de la base de comparación baja y la actividad de Comercio, Restaurantes y Hoteles, que tuvo un inicio de año muy complicado, repuntó en el segundo y especialmente en el tercer trimestre. Se espera un cierre de año con crecimientos del orden de 5% en esta actividad, similar

a lo que ocurre con los servicios personales, sociales y comunales. Entretanto, las actividades de servicios financieros, inmobiliarios y empresariales han mostrado menor dinamismo, pero su comportamiento debe ser jalonado por el crecimiento económico general. (CCP, 2018, pág. 13)

Ilustración 3 Pobreza Pereira



Pereira ocupó el **segundo** lugar con **menor** nivel de pobreza extrema en el país.

Dominio	2013	2014	2015	2016
Bucaramanga AM	1,2	1,1	1,3	1,2
Pereira AM	5,1	2,5	2,1	1,8
Bogotá	1,6	1,9	2,0	2,3
Ibagué	2,5	2,3	2,6	2,4
Manizales AM	2,6	2,2	1,7	2,5
Barranquilla AM	4,2	3,6	2,4	2,8
Medellín AM	3,0	2,8	3,3	2,9
Cali AM	4,4	3,3	3,4	3,2
Pasto	4,5	4,1	4,2	3,2
Montería	6,5	1,4	2,1	4,3
Villavicencio	3,1	2,8	3,1	4,7
Cartagena	5,8	4,3	4,0	5,5
Cúcuta AM	6,0	5,7	6,9	7,0
Nacional	9,1	8,1	7,9	8,5

Fuente: (Pereira Como Vamos, 2017, pág. 8)

7.2 DEPORTE Y CULTURA

La población de Pereira tiene una participación del 24% en actividades relacionadas con deporte y recreación, lo que indica que también hay una cantidad considerable de habitantes que invierten económicamente en actividades deportivas.

Ilustración 4 Pereira en Deporte y Recreación



Fuente: (Pereira Como Vamos, 2017, pág. 40)

8. ESTUDIO DE MERCADO

En la actualidad en Pereira son pocos los centros deportivos con características similares a las Figther X, la mayoría de los espacios destinados a hacer ejercicio están enfocados en el gimnasio tradicional que brinda los servicios de siempre. El punto diferenciador de esta propuesta es precisamente ese, será un espacio al aire libre que brinde otro tipo de posibilidades de realizar deporte enfoca principalmente en la carrera de obstáculos.

Figther X Entrenamiento Urbano fue creado el 13 de marzo del 2013 con el objetivo de impulsar una marca de ropa deportiva especialmente para artes marciales mixtas donde se dio a conocer como patrocinador de algunos peleadores en el gimnasio Ares de Pereira. Estos peleadores en la búsqueda de pulir sus habilidades, iniciaron entrenamientos en la cancha de Corales donde el grupo fue creciendo hasta el punto de alcanzar 70 participantes. Este fue el motivo principal para reconocer la necesidad de crear un espacio para la actividad física, además de la posibilidad de obtener ganancias de ello.

Actualmente, el propósito de Figther X es promover el ejercicio físico a través de diferentes tendencias de entrenamiento enfocadas en la carrera de obstáculos y estimulando el aprovechamiento de los escenarios de la ciudad y buen uso del tiempo libre.

El proyecto planteado en este documento hace relación al estudio de factibilidad inicial para la creación del centro.

8.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Centro deportivo especializado en carreras de obstáculos ubicado en la ciudad de Pereira - Risaralda en el sector Cuba dentro del Parque del Café.

Usuarios: Habitantes de la ciudad de Pereira que quieran realizar un deporte diferente y al mismo tiempo cuidar su salud, de estratos 3 en adelante de manera principal los que habitan en el sector de Cuba y zonas aledañas.

Sustitutos: El centro deportivo de acuerdo con la necesidad del cliente puede ser sustituido por un gimnasio, pero sin el valor agregado que el presente les ofrece que es el deporte al aire libre.

Servicios complementarios: Los usuarios del club deportivo tendrán la opción de acuerdo con su necesidad de tener acompañamiento nutricional y deportivo.

Atributo diferenciador: El deporte al aire libre que ofrece será distinguido por su fuerza (pesas entre otros) y las carreras de obstáculos.

8.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

8.2.1 Distribución geográfica del mercado de consumo

El mercado de consumo se encuentra directamente en Pereira, en el sector Cuba con idea de expansión a nivel departamental a largo plazo.

8.2.2 Comportamiento histórico de la demanda

En la actualidad se ve un incremento en la necesidad de tener una vida saludable, debido a la falta de tiempo lo más práctico para la población urbana es asistir a un gimnasio o centro deportivo.

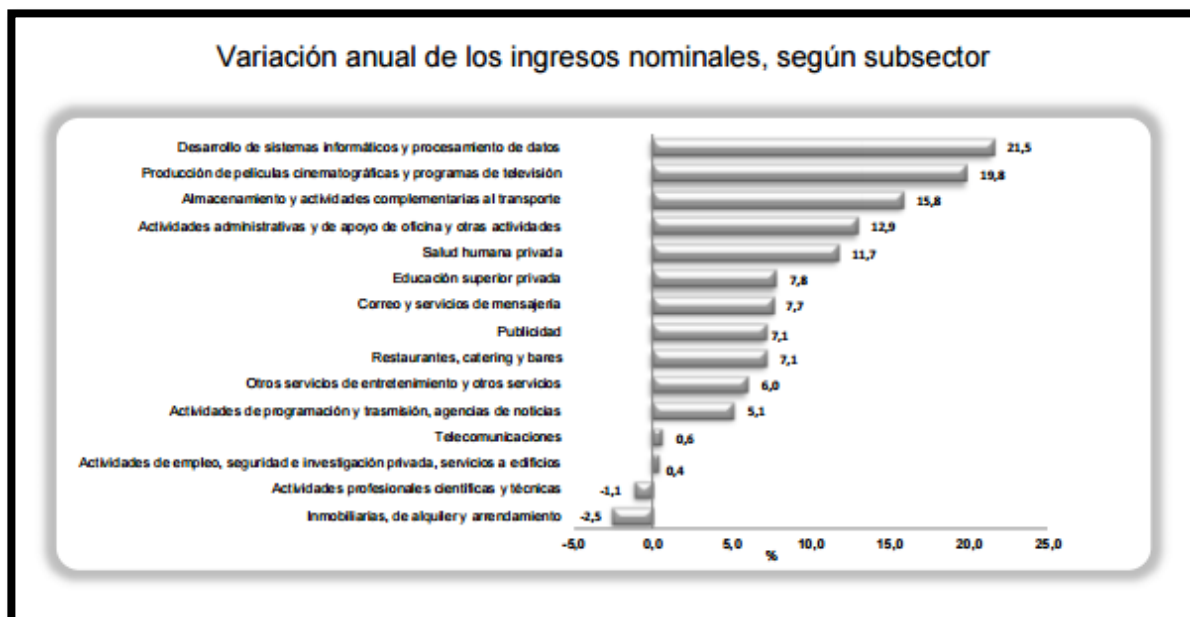
Un artículo del periódico El Tiempo digital (2015) cita a Health & Sportsclub Association dice que operan unos 1500 gimnasios de 160,000 que existen a nivel mundial, por lo cual Colombia participa con el 0,93% del total. (Lozano, 2015)

La mayoría de las personas inician el año diciendo "Este año si voy a hacer deporte", pero detrás de esta intención hay un negocio en América Latina que ya mueve 6 mil millones de dólares y llega a 65,000 gimnasios. En Colombia es difícil conocer su magnitud pues apenas se puede apreciar el registro mercantil de estos establecimientos, que además de gimnasios incluye canchas, polideportivos, cuadriláteros de boxeo, clubes, entre otros. (Cubillos Murcia, 2018, pág. 3)

Para Coldeportes citado por Cubillos (2018), estas cifras están relacionadas con un entorno en el que solo 26 % de los adolescentes, entre 13 y 17 años cumplen con los requisitos mínimos de actividad física y solo 42,6 % de los adultos hacen lo propio, de acuerdo con el Departamento Administrativo del Deporte, la Recreación, la Actividad Física y el Aprovechamiento del Tiempo Libre. (Cubillos Murcia, 2018, pág. 7)

Lo que sí es claro es que independientemente de la necesidad, los centros deportivos llegaron para mejorar la salud y calidad de vida de la población.

Ilustración 5 Demanda sectorial



Fuente: DANE

De acuerdo con lo anterior se concluye que los ingresos nominales para la salud humana privada incluyendo allí la contratación de servicios de gimnasio es el quinto subsector en aumento con un 11.7% de 15 subsectores.

8.2.3 Demanda actual

Se realizó una encuesta a la población objetivo como metodología aplicada para analizar la aceptación a la creación de un centro deportivo especializado en carreras de obstáculos.

8.2.3.1 Muestra

A través de muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde se escogerá la muestra de manera libre dado que no se tiene acceso al total de la población, siendo la muestra seleccionada un total 100 personas.

8.2.3.2 Encuesta

Se realiza a la población la siguiente encuesta:

¿Asiste a un centro deportivo (club o gimnasio)?

Si ☐

No ☐

¿Le gustaría asistir a un club deportivo que se especialice en carreras de obstáculos?

Si ☐

No ☐

¿Cuántos centros deportivos (deporte al aire libre) conoce en Pereira?

1 a 5 ☐

Ninguno ☐

5 a 10 ☐

¿Cuánto estaría dispuesta/o a pagar para asistir al centro deportivo?

Entre 40,000 – 50,000

Entre 50,000 – 60,000 ☐

Entre 60,000 y 70,000 ☐

¿Cuáles días de la semana entrenaría?

Lunes, miércoles y viernes ☐

Martes, jueves y sábado ☐

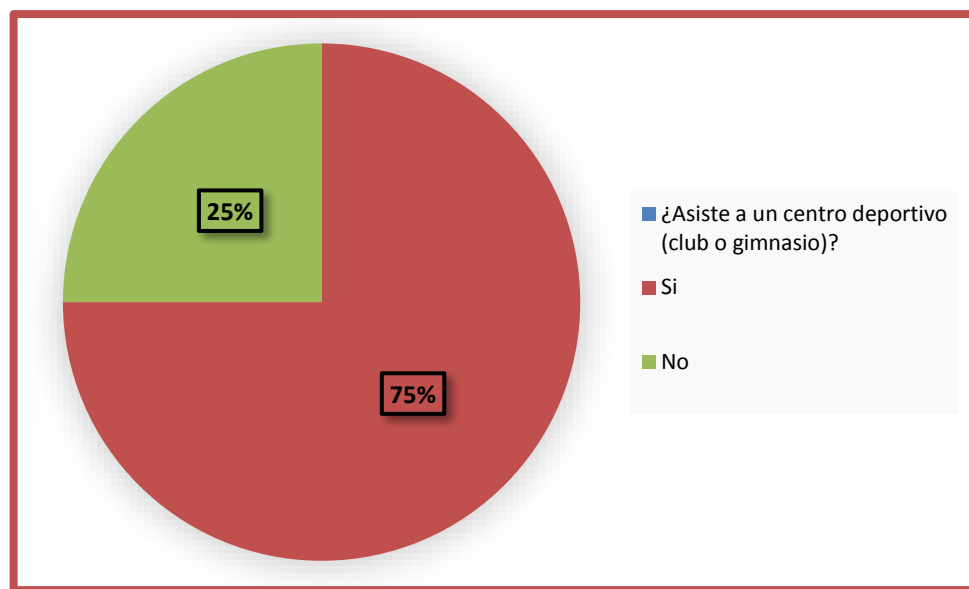
Lunes y jueves ☐

Martes y viernes ☐

La encuesta se realizó durante tres días en diferentes sectores de Pereira, 22, 23 y 24 de abril.

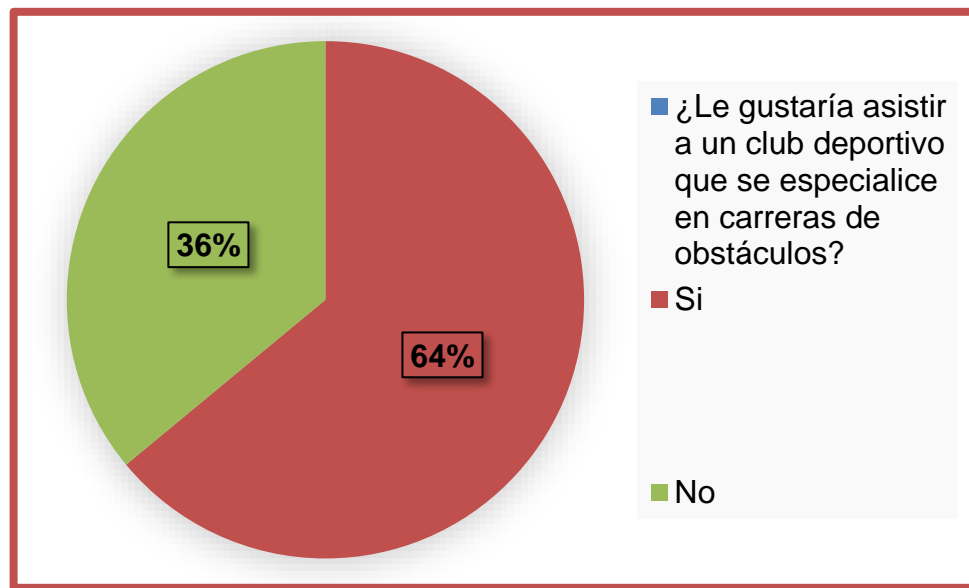
Los resultados fueron los siguientes:

¿Asiste a un centro deportivo (club o gimnasio)?	
Si	75
No	25



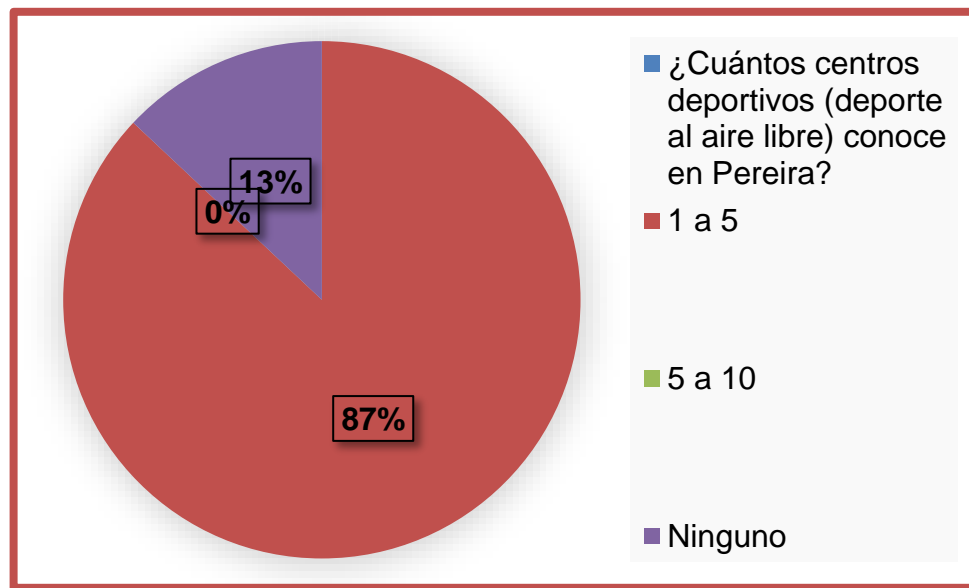
La mayor parte de la población encuestada asiste a un centro deportivo, siendo un beneficio para el estudio de factibilidad debido al hábito deportivo que ya tienen las personas.

¿Le gustaría asistir a un club deportivo que se especialice en carreras de obstáculos?	
Si	64
No	36



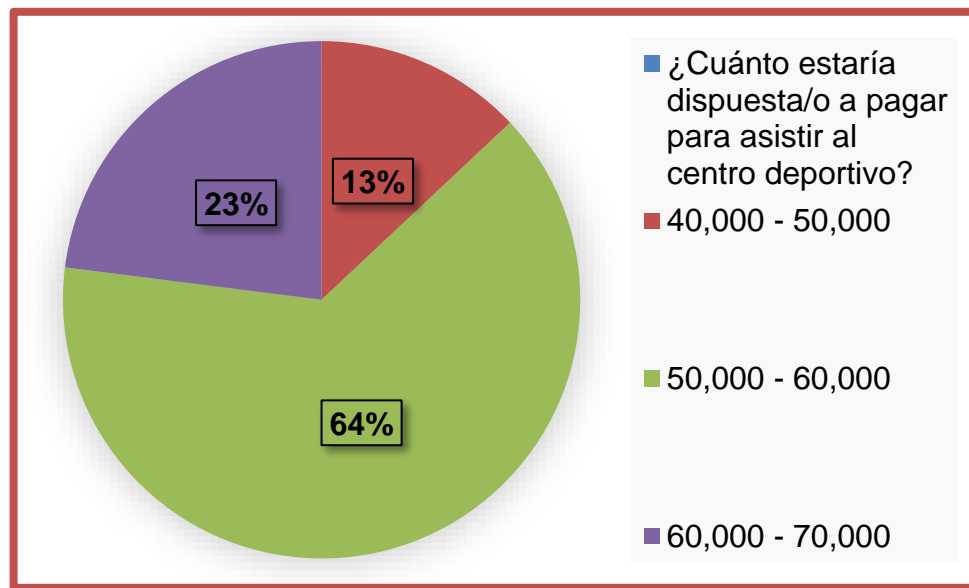
De ese valor anterior al 64% de la población le gustaría asistir a un centro deportivo con especialización en carreras de obstáculos, aprobando la viabilidad de la oferta.

¿Cuántos centros deportivos (deporte al aire libre) conoce en Pereira?	
1 a 5	87
5 a 10	0
Ninguno	13



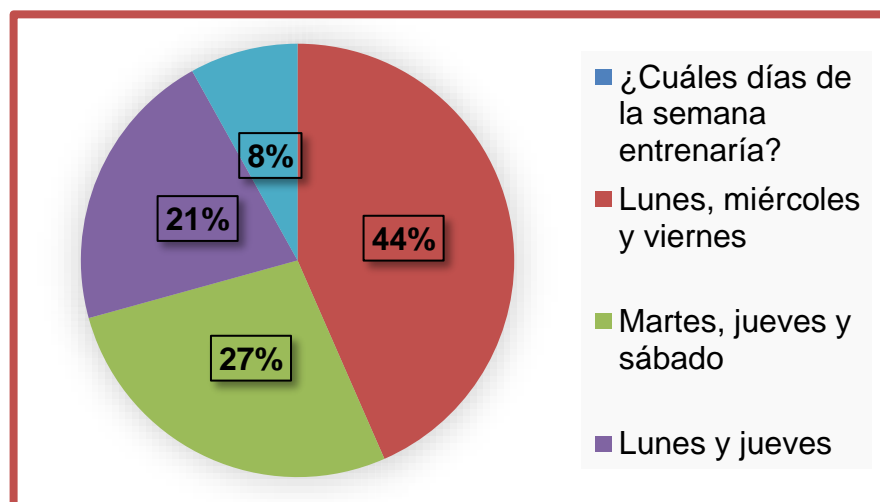
La mayor parte de la población encuestada conoce centros deportivos en Pereira lo cual es acertado con el análisis de competencia realizado, esto genera que el centro deportivo debe esforzarse al máximo para ofrecer servicios de excelente calidad.

¿Cuánto estaría dispuesta/o a pagar para asistir al centro deportivo?	
40,000 - 50,000	13
50,000 - 60,000	64
60,000 - 70,000	23



Más del 50% de la población estaría dispuesta a pagar entre \$50,000 y \$60,000 por el servicio del centro deportivo por lo cual se deben ofertar estratégicamente las fortalezas del centro debido a que el costo es un poco más alto de lo indicado.

¿Cuáles días de la semana entrenaría?	
Lunes, miércoles y viernes	43
Martes, jueves y sábado	27
Lunes y jueves	21
Martes y viernes	8



De acuerdo con las encuestas realizadas, se obtiene que la población está dispuesta a ir a un centro deportivo al aire libre, en el momento de estar realizando el procedimiento las personas decían que era muy interesante asistir a un centro deportivo que reúna el deporte con la naturaleza. Por otra parte, no conocen muchos centros deportivos de ese estilo en Pereira lo cual es algo positivo para el análisis de la competencia, dispuestos a pagar hasta \$60,000 por matrícula y a asistir en su mayoría los lunes, miércoles y viernes, información importante para la programación de las actividades y la oferta del servicio.

La selección de la cantidad de la población a encuestar por medio de muestreo no probabilístico por conveniencia, en donde se escoge la muestra de manera libre dado que no se tiene acceso al total de la población.

8.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

8.3.1 Características principales de los competidores

Centros deportivos o gimnasios ya establecidos y con un historial en la ciudad de Pereira que ofrezcan los mismos servicios y/o parecidos.

8.3.1.1 Análisis de la competencia

La mayoría de la competencia está ofreciendo sus servicios en un rango de 50,000 a 60,000 por lo cual, la oferta de los servicios planteadas en este proyecto es acorde para el lanzamiento inicial.

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES			
NOMBRE	ZONA	RANGO DE PRECIO	SERVICIOS
Carlos Wheeler	Carrera 18 # 9 - 118 Pinares	35,000 y 70,000	Preparación Física Para Deportistas de Alto Rendimiento Acondicionamiento Físico Readaptación Funcional Deportiva Capacitaciones Asesoría Nutricional Entrenamiento Para Todo Tipo de Personas Carlos Wheeler Preparación Física Integral
Santé Bleu Gym	Cra 14 No. 12-75	50,000 y 70,000	Entrenamiento físico en grupo, espacios ambientados de acuerdo con la necesidad del servicio, boxeo, pesas, crosfit, etc.
Sport Life	Cl 24 8-20	30,000 y 45,000	Kickboxing, ejercicios básicos
Fitness for Life	carrera 12 N° 26-28	50,000 y 70,000	Entrenamiento militar, aeróbicos, Croosball, rumba
Lagocio Centro de Preparación física	Canchas sintéticas el Gol 057 Pereira	50,000 y 80,000	Rehabilitación, entrenamiento personalizado, entrenamiento fitness, entrenamiento militar, para deportistas, todas las edades.
Integral Training	carrera 4 #22-16	50,000 y 80,000	Centro especializado en preparación física, fitness, control de peso y rehabilitación.
Campo de Entrenamiento Invictus	calle 14 cra 29	50,000 y 60,000	Rutinas de 40 minutos, plan de entrenamiento, valoración antropométrica y funcional, consulta nutricional.
Be Smart	Carrera 14 No. 13 - 05 Piso 2	70,000 y 110,000	Laboratorios fitness que por medio de la tecnología EMS (Electrical Muscle Stimulation), te permiten ejercitarte de forma inteligente, eficaz y eficiente, todo el cuerpo a la vez y en tiempo récord de 20 minutos. Los músculos se contraen 85 veces por segundo y se activan hasta las fibras más profundas.

Fuente: Elaboración propia.

8.4 TIPO DE MERCADO

El mercado objetivo de este proyecto principalmente son las personas mayores de edad que busquen realizar un entrenamiento que les ayude tanto emocional como físicamente, permitiendo a su vez el contacto con el aire libre ya que el centro deportivo estará ubicado en el parque del café sector Cuba en la ciudad de Pereira.

8.5 ANÁLISIS DE PROVEEDORES Y RÉGIMEN DE MERCADO DE INSUMOS

TABLA DE PROVEEDORES			
NOMBRE	PÁGINA WEB	CIUDAD	DIRECCIÓN O TEL
Xtensor	www.xtensor.co	Manizales	8854280 - 3103716668
CoreFitness	www.core-fitness.com.co	Bogotá	3007488780
Sportfitnes	www.fitshop.com.co	Medellín	3125845732
Agrocanaveralejo	agrocanaveralejo.com.co	Cali	Calle 13 A No. 100-35 Of. 904 Torre
Fitness Market	fitnessmarket.com.co	Cali	Calle 9 N° 62 A 03

Del análisis anterior, es importante resaltar que solo Fitness Market ofrece todos los implementos requeridos para la ejecución de los servicios del centro deportivos, por ende, es la seleccionada para las negociaciones de compra.

8.5.1 Proyección de la oferta

Existe competencia en la ciudad de Pereira, pero en sectores diferentes por lo cual la población no será la misma, y ofreciendo un servicio de calidad en todos los aspectos, los clientes aumentarán considerablemente mes tras mes.

8.6 ANÁLISIS DE PRECIOS

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES	
NOMBRE	RANGO DE PRECIO
Carlos Wheeler	35,000 y 70,000
Santé Bleu Gym	50,000 y 70,000
Sport Life	30,000 y 45,000
Fitness for Life	50,000 y 70,000
Lagocio Centro de Preparación física	50,000 y 80,000
Integral Training	50,000 y 80,000
Campo de Entrenamiento Invictus	50,000 y 60,000
Be Smart	70,000 y 110,000

*Análisis de precios por programa de 5 días a la semana.

La competencia ofrece precios similares a los propuestos en el plan de negocio, lo cual es positivo para el lanzamiento del centro deportivo y por ende se cumpla la competencia leal, resaltando las características especiales del presente plan de negocio.

8.6.1 Proyección de precios

Pereira, 15 de febrero de 2018. Según el informe divulgado este jueves por el DANE para el año 2016, los departamentos que registraron los mayores crecimientos en su PIB fueron: Bolívar con 10,1 %; Risaralda con 5,3 % y Caquetá con 4,8 %. Tanto para Risaralda como para Caquetá el incremento se explicó por el comportamiento de la construcción que registró una variación positiva que lo ubicó en el 28.2 %, donde la construcción de edificaciones fue del 35,8 % y la construcción de obras civiles del 7,4 %. (Secretaría de Planeación, 2017)

El análisis del PIB indica que Risaralda continúa mejorando y su crecimiento se debe principalmente por la construcción, comercio, bares y restaurantes. Las cifras lo ubican de segundo lugar en los departamentos con mayor crecimiento del producto interno bruto.

El IPC a nivel nacional acumuló en 2015 una variación de 6,8%; esta tasa fue superior en 3,1 puntos porcentuales (pp) a la registrada en 2014, cuando se ubicó en 3,7%. Las variaciones superiores al agregado nacional se registraron para Manizales (8,0%), Sincelejo (7,8%) y Barranquilla (7,7%). En contraste, las ciudades con menores incrementos fueron Cúcuta (5,6%), Bucaramanga (6,0%) y Tunja (6,1%). Las ciudades de Manizales (4,7 pp) y Sincelejo (4,3 pp) mostraron las mayores diferencias porcentuales positivas frente al año anterior. En cambio, Bucaramanga fue la ciudad que registró la menor diferencia (1,7 pp) frente a 2014. La variación del IPC para Pereira en lo corrido del año 2015 ascendió a 6,9%, cifra superior en 3,7 pp a la variación registrada para el año 2014, cuando se ubicó en 3,1%. (ICER, 2015, pág. 27)

Ilustración 6 IPC Risaralda

Ciudades	2014	2015	Diferencia porcentual
Nacional	3,7	6,8	3,1
Manizales	3,3	8,0	4,7
Sincelejo	3,5	7,8	4,3
Barranquilla	3,4	7,7	4,2
Pasto	4,0	7,6	3,6
Cartagena	3,5	7,4	3,9
San Andrés	3,8	7,3	3,5
Neiva	3,8	7,2	3,4
Riohacha	3,5	7,1	3,6
Armenia	3,4	7,0	3,6
Popayán	3,5	6,9	3,4
Pereira	3,1	6,9	3,7
Cali	3,8	6,9	3,1
Medellín	3,4	6,8	3,4
Florencia	3,4	6,8	3,4
Montería	3,7	6,8	3,0
Valledupar	4,3	6,8	2,5
Ibagué	4,1	6,7	2,6
Santa Marta	3,4	6,7	3,3
Bogotá D.C.	3,8	6,6	2,9
Villavicencio	3,3	6,6	3,3
Quibdó	2,8	6,3	3,5
Tunja	3,6	6,1	2,5
Bucaramanga	4,3	6,0	1,7
Cúcuta	2,9	5,6	2,7

Fuente: (ICER, 2015, pág. 28)

8.7 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL SERVICIO

<p>PRODUCTO</p> <p>Centro deportivo que ofrece servicios de entrenamiento urbano especializado en carreras de obstáculos. Satisface la necesidad de la población de verse y sentirse bien, de retarse y buscar nuevas alternativas en el deporte.</p> <p>Como valor agregado el centro deportivo se encuentra ubicado en una zona al aire libre, ofrece servicio especializado en carreras de obstáculos.</p>	<p>PRECIO</p> <p>Los precios de los servicios del centro deportivo se establecerán de acuerdo con el análisis de la competencia, la utilidad que se espera ganar y el precio neto del servicio.</p> <p>Por lanzamiento la suscripción tendrá un descuento del 5% y si inscriben el año completo un descuento del 15%. Créditos de acuerdo con el historial del cliente después de 3 meses de uso del centro deportivo.</p>
<p>PROMOCIÓN</p> <p>Por medio de:</p> <p>Volantes que se distribuirán en la ciudad de Pereira durante 15 días antes del lanzamiento.</p> <p>Publicidad pegada en las vitrinas de almacenes relacionados con la salud, deporte y belleza.</p> <p>Voz a voz.</p> <p>Radio, por medio del cual se informará una vez al día el lanzamiento del nuevo centro deportivo.</p> <p>Uso de las redes sociales y página web para dar a conocer el centro y ofrecer un nuevo medio de comunicación y atención a los clientes.</p>	<p>PLAZA</p> <p>El centro deportivo se ubicará en el parque metropolitano del café en la ciudad de Pereira.</p>

8.8 ANÁLISIS DOFA

DOFA	Debilidades	Oportunidades
Estrategias	Ser un centro deportivo nuevo en el mercado No contar con todas las especialidades disponibles en el mercado	Especialidad en carreras de obstáculos Ofertas de promoción de lanzamiento Poca competencia a nivel regional
Fortalezas	DF	FO
Innovación en las actividades realizadas Excelente ubicación Acompañamiento nutricional Precios asequibles Diferentes medios y modos de pago Práctica al aire libre	Impulsar los servicios del centro deportivo por medio del reconocimiento de sus beneficios y fortalezas, así como la calidad de su personal y todo a lo que pueden tener acceso.	Utilizar la especialidad en carreras de obstáculos como oportunidad para llamar la atención de la población, reconociendo las fortalezas como la oportunidad para adquirir nuevos clientes.
Amenazas	DA	AO
En el sector hay muchos centros de actividad física Afectación del entrenamiento debido al clima	Realizar estudios de mercado que permitan analizar la situación del sector y las posibles estrategias a implementar para evitar que el clima o la competencia reduzcan los clientes de Figther X.	Las amenazas tomadas como oportunidad permitirán ver a la competencia como la manera de analizar en qué puede mejorar Figther X y ofrecer mejores servicios y promociones.

8.8.1 Descripción de los canales de comercialización existente

Canal directo. La comunicación con el cliente no tendrá intermediarios, la suscripción podrá realizarse de manera electrónica o presencial.

8.8.2 Análisis de las ventajas y desventajas de los canales existentes

El canal directo tiene muchas ventajas tales como:

- Atención personalizada con el cliente

- Recorte de inversión en otro tipo de canales
- Atención directa con el cliente

8.8.3 Descripción operativa del canal de comercialización seleccionado

8.8.3.1 Canal de comercialización directo

Este canal no tiene intermediarios por lo cual el proceso de atención requiere de menos inversión. En el proceso de atención por medio de un canal directo, es el propietario o socio quien atiende su propio negocio.

Empresa - Cliente

8.8.4 Mecanismos de promoción y publicidad

Volantes: Elaboración de volantes con la publicidad e información de lanzamiento del centro deportivo.

Stickers en vitrina: Pegar en la vitrina o puerta de establecimientos relacionados con la salud, deportes o belleza.

Voz a voz: Por medio de la comunicación con las demás personas se informará del lanzamiento del centro deportivo y de los beneficios de este, así como de su especialización en carreras de obstáculos.

Uso de las redes sociales y página web para dar a conocer el centro y ofrecer un nuevo medio de comunicación y atención a los clientes.

Tarjetas de presentación: Diseño de tarjetas para entregar a la población y que tengan los datos de contacto del centro deportivo.

Publicidad	Valor
Volantes	\$ 120.000,00
Sticker vitrina	\$ 354.000,00
Tarjetas	\$ 160.000,00
TOTAL	\$ 634.000,00

8.9 IMAGEN CORPORATIVA



8.9.1 Misión

Figther X orienta a cada persona a liberar su máximo potencial físico, desarrollando su fuerza, destreza y resistencia con diferentes métodos de entrenamiento, otorgando así una condición de salud óptima para afrontar los retos cotidianos de la vida.

8.9.2 Visión

Para el 2023 Figther X será reconocido a nivel nacional por su excelente desempeño y participación en convocatorias nacionales e internacionales relacionadas con su especialización en carreras de obstáculos.

8.9.3 Ficha técnica del servicio

Tipo de servicio	Centro Deportivo Figther X
Tiempo	1 hora
Costo	\$ 70,000
Ubicación	Parque Metropolitano del Café en Pereira
Servicios ofrecidos	Entrenamiento urbano
	Carreras de Obstáculos
	Nutricionista
	Ducha
Teléfono	3218377511
Correo electrónico	atencionalcliente@fighterx.com.co
Atención al público	9:00 am a 9:00 pm
Página web	http://www.fighterx.com.co/

8.9.4 Manejo de logo y marca





La imagen y marca de la empresa le brindan una identidad específica, única que busca el reconocimiento nacional y se reconoce por medio de todos sus canales de comunicación.

El logo de Figther X Entrenamiento Urbano comunica a la población la fortaleza, posicionamiento y personalidad inspirada en la fortaleza del entrenamiento urbano. Distintiva y representativa de la marca en todo aspecto.

Siempre será usado bajo las condiciones acá expuestas, no habrá modificaciones que lleven a una inconsistencia en el reconocimiento de la marca.

9. ESTUDIO TECNICO

9.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

9.1.1 Capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto está dada por diferentes factores entre los cuales se incluyen la facilidad del espacio y servicios.

Club Deportivo Figther X cuenta con una capacidad de para prestar su atención a un promedio de 50 personas diarias, con la idea de aumentar el servicio a medida que vaya generando mayores ingresos permitirá ampliar la locación y poder abrir otras sucursales.

9.1.1.1 Personal requerido

- Un recepcionista con la capacidad de transmitir toda la información del Club Deportivo Figther X y prestar una excelente atención.
- Tres entrenadores físicos, con toda la disposición, tiempo y preparación para el excelente desarrollo de los entrenamientos diarios.
- Asesor nutricional, para las personas que deseen complementar sus entrenamientos con una base nutricional, dependiendo de la valoración previa teniendo en cuenta su peso y talla.

9.1.2 Análisis de los principales factores condicionantes del tamaño del proyecto

Para decidir el tamaño de la planta se tienen las siguientes categorías:

- Cantidad de clientes esperados
- Cantidad de material
- Cantidad de servicios
- Costos de arriendo y servicios

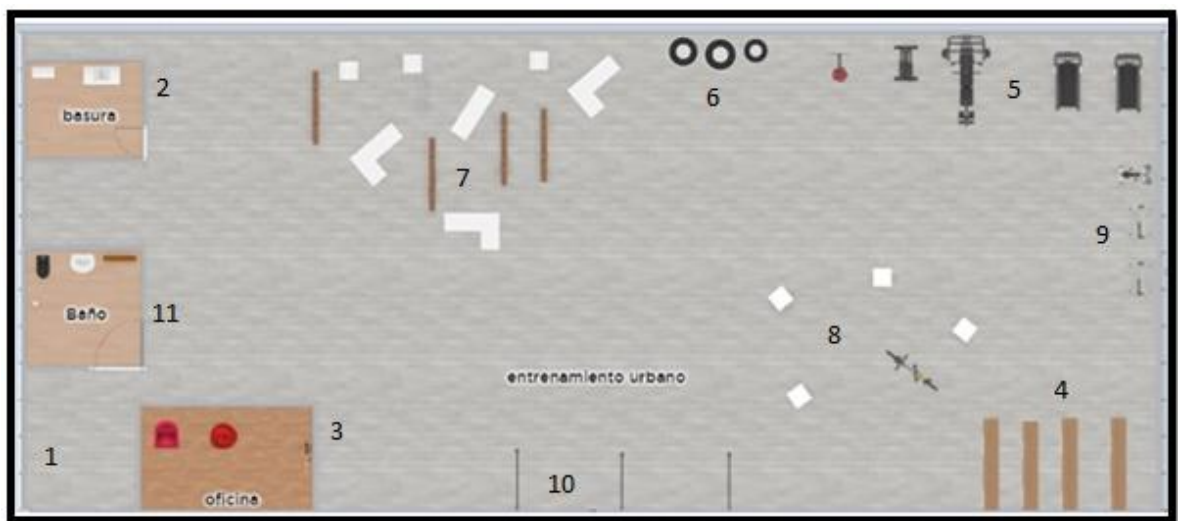
9.1.3 Programa de producción o comercialización

Teniendo en cuenta que el canal de comercialización es directo, el diagrama es:

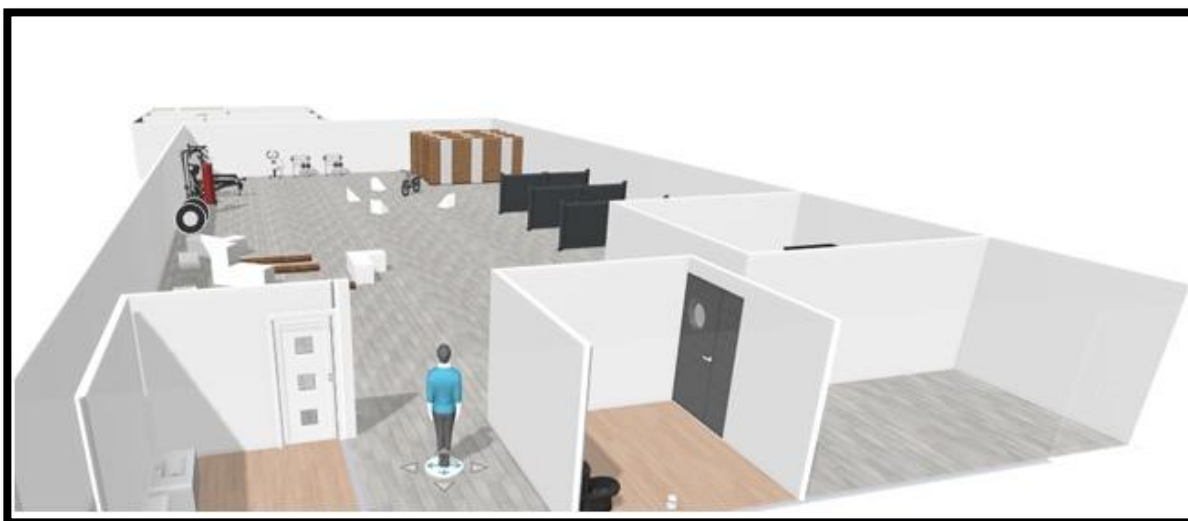


9.1.4 Conclusión sobre el tamaño de la planta

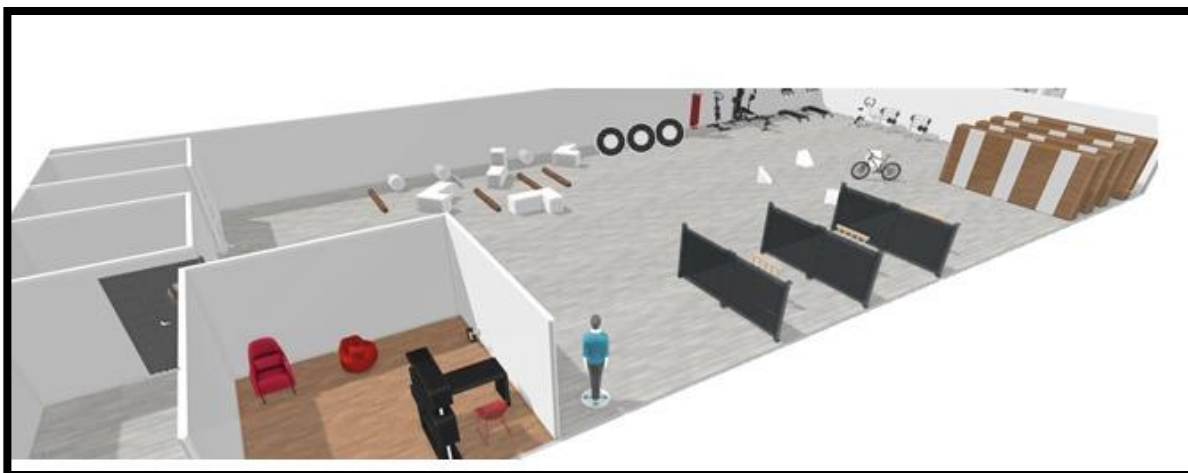
En relación con los análisis previamente realizados, se concluye que la planta tendrá 220 metros de área y su diseño será el siguiente:



1. Entrada al centro deportivo
2. El sector de basuras es muy importante para el aseo del centro, así como para cumplir con lo exigido por ley para los establecimientos comerciales
3. La oficina será el centro de administración y atención a nuevos usuarios
4. Sección de container en donde los usuarios pueden entrenar salto
5. Zona de ejercicio cardio
6. Llantas con las cuales realizan parte de los entrenamientos en el centro
7. Una de las zonas de práctica de carrera de obstáculos
8. Entrenamiento con bicicleta
9. Cardio por spinning
10. Lockers
11. Baño en donde están las duchas y el sanitario



Se observa una vista panorámica del sitio para poder apreciar mejor el espacio.



La adecuación del espacio tiene como objetivo principal brindar transparencia en la ejecución de los servicios y generar un ambiente de socialización con todos los que se encuentren en el centro deportivo, así mismo, el espacio abierto y al aire libre permite brindar un clima de tranquilidad que genera más concentración en cada sesión.

9.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

9.2.1 Micro localización



El Club Deportivo Figther X estará ubicado en la ciudad de Pereira, exactamente en el Parque Metropolitano del Café Pereira. Cuenta con una población aproximadamente de 941.283 habitantes según el DANE (2013).

9.2.2 Macro localización

El centro deportivo Figther X estará ubicado en la región Andina Colombiana, más específicamente en la ciudad de Pereira - Risaralda buscando brindar a la población un espacio adecuado para el tipo de servicio ofrecido.



9.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

9.3.1 Descripción técnica del servicio

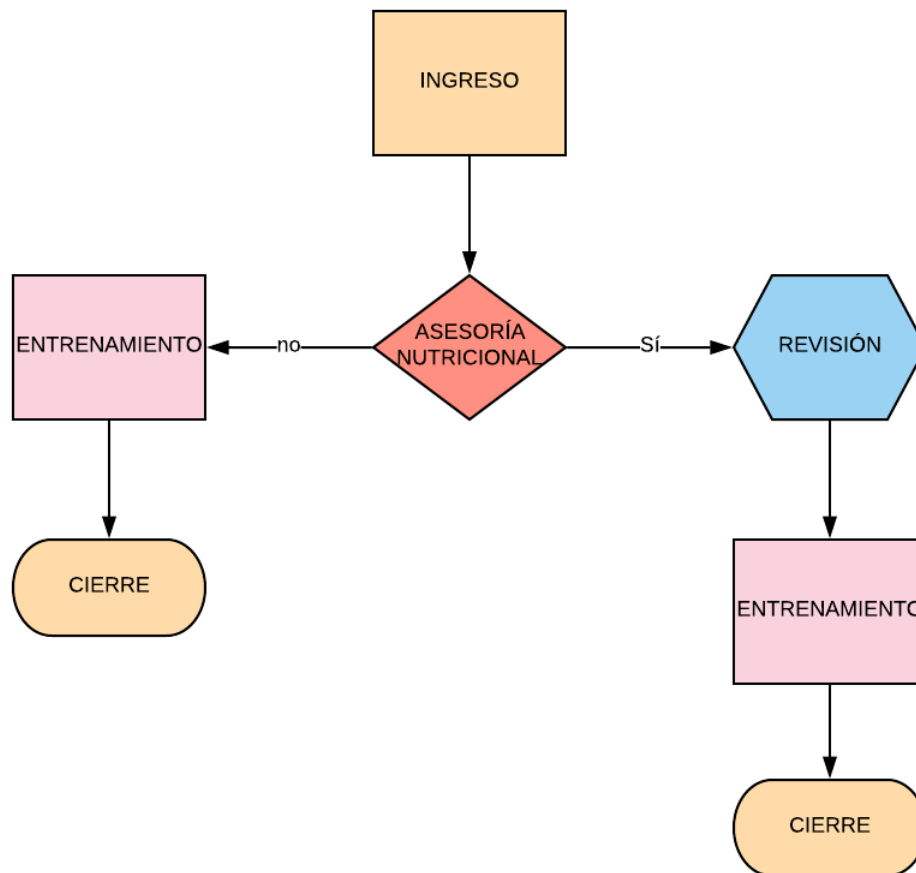
9.3.1.1 Tiempo del servicio

El horario que se ofrece en el Club Deportivo Figther X se hace con el fin de atender a los usuarios prestándoles la mejor atención y calidad de los servicios, cumpliendo con sus expectativas individuales. Los horarios iniciaran a las 6:00 am a 9:00 pm, horario continuo.

Se tienen en cuenta aspectos importantes del usuario al que va destinado el servicio, y sus horarios de trabajo.

Serán sesiones de 60 minutos con la capacidad de un promedio de 50 personas diarias. Dirigido a todas aquellas personas interesadas en tener un fortalecimiento muscular y cuidar su imagen, teniendo en cuenta factores principales como la salud y su buena alimentación para ir de la mano con los entrenamientos, además aportar espacios diferentes a la vida cotidiana.

9.3.2 Análisis del proceso de producción (Diagrama de flujo)



El usuario ingresa al centro deportivo para su clase o jornada deportiva y primero decide si desea asesoría nutricional o no con el fin de iniciar el proceso de ingreso, si no acepta la asesoría puede iniciar el entrenamiento siempre con constante acompañamiento del instructor la cual finaliza en un lapso aproximado de 1 hora; por el contrario, si acepta la asesoría el nutricionista lo revisa, le explica lo que es posible hacer y de qué manera para continuar con el entrenamiento en compañía del instructor y finaliza en 1 hora y media aproximadamente.

9.3.3 Listado de equipos, maquinaria, herramientas, muebles y enseres para la operación

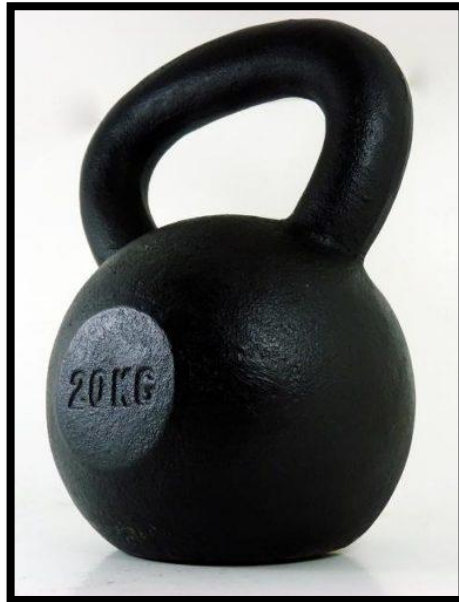
9.3.3.1 Elementos necesarios para la ejecución del centro deportivo

- Pesas
- Llantas tipo tractor

- Estructura barras
- Martillos
- Wallball
- Sed de mancuernas
- Colchonetas
- Abmat
- Pesas de muñecas y tobillos

9.3.4 Descripción de la materia prima e insumos

Pesas Rusas



Bola de acero con un mango en la parte superior, así el peso no está distribuido uniformemente así mismo produciendo contra peso para balancear y estabilizar durante su uso o entrenamiento.

Llantas tractor



Su función principal es ejercitar la parte abdominal y las piernas, siendo una herramienta de entrenamiento de bajo costo y ofrece ejercicios con gran nivel de dificultad lo cual requiere una técnica cuidadosa para evitar lesiones musculares.

Barras



Los ejercicios con barras son movimientos que trabaja la mayoría de los músculos, mejorando el movimiento de las articulaciones.

Aumento de fuerza funcional, mejora la postura, reduce el dolor de espalda y quema grasa.

Martillos



Es un ejercicio que mejora la fuerza, ayuda a fortalecer los hombros más que ningún otro ejercicio.

Wallball



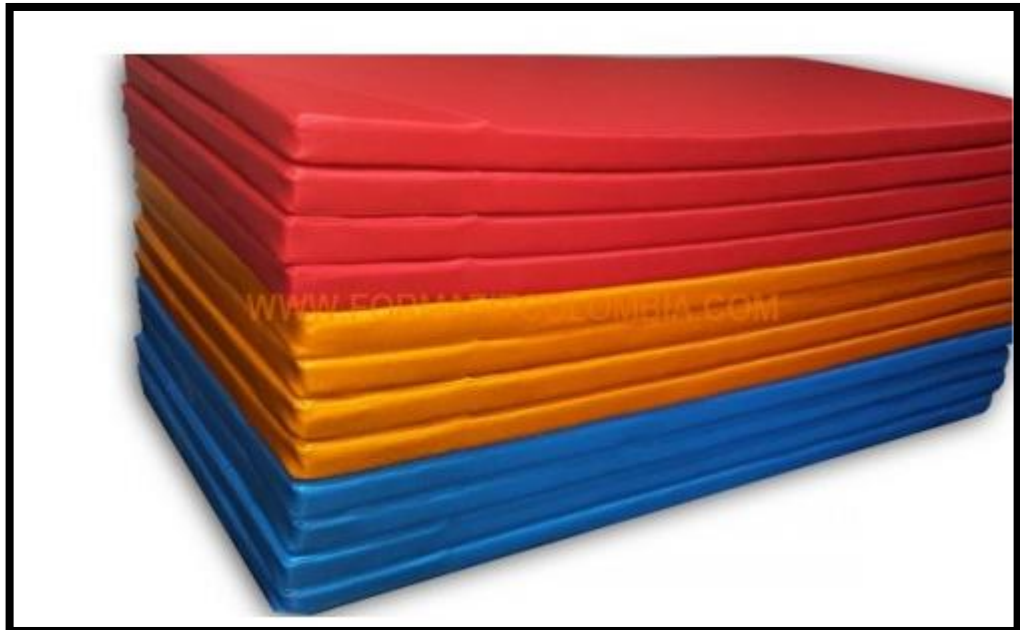
Es un movimiento que se apoya en dos ejercicios, el primero es la sentadilla frontal y la flexión y extensión de los hombros, es un balón muy pesado, por ende, los dos ejercicios se deben hacer a la par para evitar una lesión muscular

Set de mancuernas



Permite mantener un equilibrio entre todas las partes del cuerpo, ya que se entrenan por igual cada zona al levantar el mismo peso con cada una de ellas.

Colchonetas



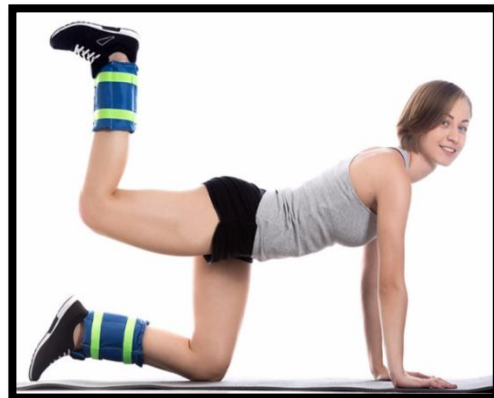
Material de algodón, el cual evita lesiones de la columna y la cabeza, especial para abdominales y fortalecimiento tumbados boca abajo y boca arriba.

Abmat



Se adapta a diferentes alturas y formas especialmente lumbares de los atletas, evita daños derivados de una mala posición como arqueamiento de la espalda, previene sobrecargas y posibles lesiones.

Pesa de muñecas y tobillos



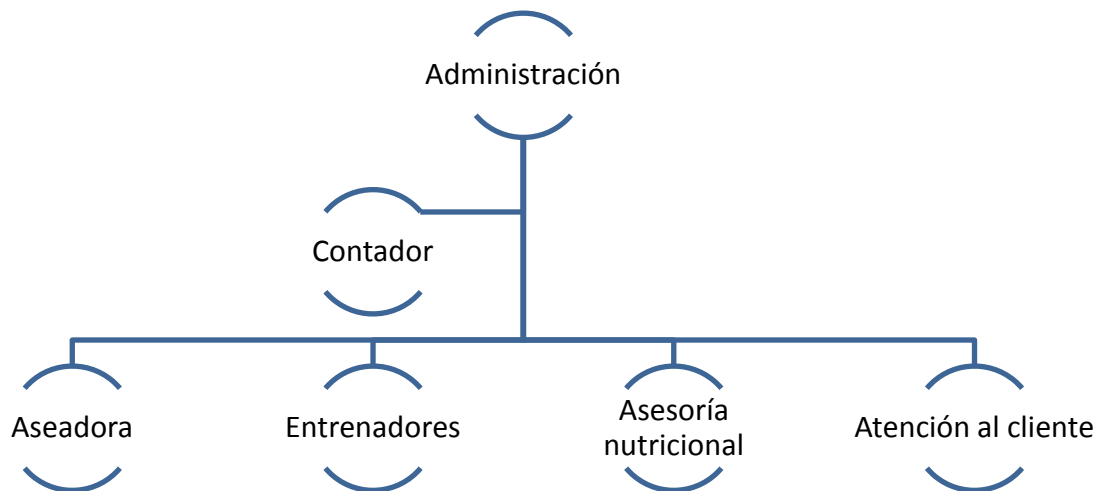
El principal beneficio de usar las pesas en tobillo y muñecas es aumentar la masa muscular y potenciar la fuerza de las articulaciones, tonificando piernas y manos.

10. ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN, ASPECTOS LEGALES Y AMBIENTALES

10.1 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

El centro deportivo estará debidamente organizado con el fin de obtener buenos resultados en todos sus procesos, buscando como objetivo final la productividad interna y satisfacción del cliente.

10.1.1 Estructura del organigrama



Es importante en toda empresa contar con un administrador o gerente que se encargue de todo lo relacionado con la administración de los recursos y toma de decisiones para lo cual mes a mes se requiere de un profesional en contaduría que analice las cuentas y entregue informes financieros.

Para la parte práctica del centro deportivo de entrenadores especializados que guíen el proceso, un nutricionista que explique al usuario lo que puede y no hacer de acuerdo con su estado físico y de salud.

La atención al cliente es sumamente importante, imprescindible y necesaria para la recepción de todas las personas que desean ingresar al centro, suscripción y demás procedimientos que sean de su oficio.

10.1.2 Manual de procesos y procedimientos

CENTRO DEPORTIVO FIGTHER X	
CARGO	NIVEL
Administrador	Profesional
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
Profesional en Administración de empresas o afines	Tener como mínimo un año de experiencia en el cargo
PERSONAL A CARGO	
Personales de la empresa, administrativos y directivos.	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Dirigir, controlar, supervisar y ejecutar la administración del gimnasio.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none">• Manejo de personal• Control de todos los procesos de la empresa• Vigilar que todos los procesos organizacionales se estén cumpliendo a cabalidad• Legalidad y cumplimiento en los procesos que tengan que ver con la papelería del gimnasio• Control y manejos de dinero• Solución de dificultades y problemas que se presenten• Responsable de la calidad y evaluación de los procesos• Fijar metas	
REQUERIMIENTOS	RESPONSABILIDADES
HABILIDADES	Controlar las funciones asignadas, administración responsable y efectiva, cumplimiento de indicadores de logros que lleven al mejoramiento continuo de la empresa.
<ul style="list-style-type: none">• Ingenio, iniciativa• Liderazgo• Capacidad para tomar decisiones• Trabajo bajo presión• Excelentes relaciones humanas• Ética profesional	

CENTRO DEPORTIVO FIGTHER X	
CARGO	NIVEL
Contador	Profesional
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
Profesional en Contaduría Pública	Tener como mínimo un año de experiencia en el cargo
PERSONAL A CARGO	
Nadie	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Manejar los estados contables, libros, ingresos, egresos, costos, gastos, etc.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de información contable y financiera • Presentar estados financieros • Control de archivo contable 	
REQUERIMIENTOS	RESPONSABILIDADES
HABILIDADES	Control, cumplimiento, transparencia en las funciones ejecutadas, entrega de libros contables y aporte de ideas para posibles mejoras ante los directivos del gimnasio.
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Ética profesional 	

CENTRO DEPORTIVO FIGHTER X	
CARGO	NIVEL
Nutricionista	Profesional
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
Licenciada en Nutrición y Dietética	Tener como mínimo un año de experiencia en el cargo
PERSONAL A CARGO	
Nadie	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Elaboración de dietas de acuerdo con la necesidad y características del cliente	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de dietas individuales • Llevar historias de los clientes • Control y chequeos periódicos a los clientes 	
REQUERIMIENTOS	RESPONSABILIDADES
HABILIDADES	Presentación de informes, manejo de historias y seguimiento de todos los clientes del gimnasio.
<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes relaciones humanas, carisma, respeto y actitud positiva • Ética profesional 	

CENTRO DEPORTIVO FIGTHER X	
CARGO	NIVEL
Secretaria	Auxiliar, técnico y tecnólogo
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
Auxiliar administrativo y afines	Tener como mínimo 6 meses
PERSONAL A CARGO	
Nadie	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Brindar información, cotizaciones, ingresos y base de datos de los clientes.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención de llamadas • Servicio al cliente • Control de clientes • Cotizaciones e ingresos de nuevos clientes 	
REQUERIMIENTOS	RESPONSABILIDADES
HABILIDADES	Presentación de informes, mantener excelente ambiente laboral, cordialidad y amabilidad en la atención al cliente.
<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes relaciones humanas, carisma, respeto y actitud positiva • Ética profesional, manejo de Excel e inglés. 	

CENTRO DEPORTIVO FIGHTER X	
CARGO	NIVEL
Instructor	Profesional
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA
Licenciado en educación física o afines	Tener como mínimo 6 meses
PERSONAL A CARGO	
Nadie	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Planes de ejercicios para los clientes de acuerdo con el chequeo médico y del nutricionista.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de los ejercicios del cliente 	
REQUERIMIENTOS	RESPONSABILIDADES
HABILIDADES	Presentación de informes, seguimiento de los clientes en sus ejercicios y atención personalizada.
<ul style="list-style-type: none"> • Excelentes relaciones humanas, carisma, respeto y actitud positiva • Ética profesional 	

10.2 ASPECTOS LEGALES

10.2.1 Marco legal

La empresa se constituirá como sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) por sus capacidades emprendedoras debido a las facilidades, flexibilidades y oportunidades en el desarrollo de las actividades propuestas por la empresa, como el no pago de gastos parafiscales y contratos a corto plazo.

La S.A.S. significar sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, independiente de su nacionalidad; en esta empresa se constituirá de cuatro socios, los cuales de manera equitativa aportaran el 25% del capital. Llevará el nombre Club Figther X S.A.S.

10.2.2 Normativa

DECRETO 776 DE 1996. (Abril 29) Diario Oficial No 42.776, de 30 de abril de 1996 MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL Por el cual se dictan normas para el funcionamiento de los clubes deportivos profesionales. (BRAVO MORA, 2008)

ARTÍCULO 6o.- REGIMEN DE LOS CLUBES ORGANIZADOS COMO SOCIEDADES ANONIMAS. Los clubes deportivos profesionales que se organicen como sociedades anónimas, atenderán lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 15. Los clubes deportivos profesionales sólo podrán desarrollar actividades y del Decreto ley 1228 de 1995. (BRAVO MORA, 2008)

10.2.2.1 Del reconocimiento deportivo

ARTÍCULO 7o.- RECONOCIMIENTO DEPORTIVO. El reconocimiento deportivo de los clubes deportivos profesionales será otorgado o renovado por el Instituto Colombiano del Deporte, de conformidad con lo previsto en el presente reglamento, con sujeción en lo pertinente al trámite regulado por el Código Contencioso Administrativo. (BRAVO MORA, 2008)

Los clubes deportivos profesionales sólo podrán desarrollar actividades y programas de deporte competitivo de alto rendimiento con deportistas bajo remuneración, una vez obtengan el reconocimiento deportivo como organismos deportivos del Sistema Nacional del Deporte. (BRAVO MORA, 2008)

ARTÍCULO 11.- Para que una liga o un club profesional puedan obtener afiliación a la federación o mantenerla si goza de ella deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Solicitud escrita firmada por el representante legal, presentado a través de la división correspondiente y previa aceptación de esta.
- Relación de las instalaciones deportivas de que dispone, su ubicación y características técnicas requeridas para la práctica del fútbol.
- Copia auténtica del estatuto, sus reformas y reglamentos vigentes, debidamente aprobados por la asamblea y la autoridad competente.
- Constancia de que conoce el estatuto, sus reformas y reglamentos de la federación y el propósito de acatarlos y hacerlos cumplir.
- Constancia actualizada sobre vigencia de personería jurídica y representación legal expedida por autoridad competente. (BRAVO MORA, 2008)

10.2.3 Ambientales

Ley 9 de 1979 o Código Sanitario Nacional en sus Artículos 24 y 189, Instalaciones adecuadas para almacenamiento de basuras. “Ningún establecimiento podrá almacenar a campo abierto o sin protección las basuras provenientes de sus instalaciones y todas las edificaciones estarán dotadas de impermeable, provistos de tapa y lo suficientemente livianos para manipularlos con facilidad.

Ley 143 de 1994 que reglamenta el adecuado mantenimiento de las instalaciones eléctricas para evitar riesgos, sobre ahorro y uso eficiente de la energía y se establece la obligación para todas las entidades del Estado en relación con el servicio de electricidad de mantener y operar sus instalaciones eléctricas preservando la integridad de las personas, de los bienes y del medio ambiente y manteniendo los niveles de calidad y seguridad establecidos.

El Decreto 3102 de 1997, en su Artículo 2, Obligación de reparar y reemplazar instalaciones que presenten fugas. “Establece que es obligación de los usuarios del servicio hacer buen uso de este y reemplazar aquellos equipos y sistemas que causen fugas de aguas en las instalaciones internas”.

10.2.4 Constitución de la empresa

Se debe seguir el siguiente proceso para registrar una S.A.S.

1. Redacción del contrato o acto unilateral constituido de la SAS.
2. Autenticación de las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución.
3. Inscripción del documento privado en el registro mercantil de la cámara de comercio.
4. Ante la cámara de comercio se debe diligenciar el formulario del registro único empresarial (RUE), el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

10.2.5 Obligaciones tributarias

Al igual que las demás formas societarias, la SAS debe cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por la ley. Su proceso contributivo se fundamenta en el artículo 95 numeral 9º de la Constitución Política de Colombia, según el cual todos los ciudadanos tienen el deber de “contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del Estado dentro de conceptos de justicia y equidad”. (Fajardo-Calderón, Romero Restrepo, & Vélez Romero, 2009, pág. 161)

Los puntos más importantes son:

Declaración de Renta y Complementarios como entidades o personas del régimen ordinario o del régimen especial (según el caso, si quien crea una SAS lo hace como entidad sin ánimo de lucro) (una vez al año), la cual puede ser en medio litográfico o como las denominadas “declaraciones electrónicas”. (Fajardo-Calderón, Romero Restrepo, & Vélez Romero, 2009, pág. 161)

- Declaración del Impuesto a las Ventas (bimestral), la cual puede ser en medio litográfico o como las denominadas “declaraciones electrónicas”.
- Declaración del Impuesto de Patrimonio (una vez al año) (litográfica o virtual).
- Declaración informativa de precios de transferencias (sólo virtual).
- Declaración consolidada de precios de transferencia (sólo virtual).
- Gravamen a los Movimientos Financieros (semanal).
- Declaración del Impuesto de Industria y Comercio (en algunos municipios bimestrales, y en la mayoría de acuerdo con la Ley 14 de 1983, una vez al año).
- Declaración de retención en la fuente del impuesto de renta y timbre (mensual).
- Declaración de Retención en la Fuente del impuesto de Industria y Comercio en algunos municipios del Territorio nacional (mensual).
- Declaración del Impuesto Predial Unificado (en algunos municipios se declara una vez al año).
- Declaración del Impuesto Unificado de Vehículos (una vez al año).
- Declaraciones del impuesto al consumo de cigarrillos, tabaco y licores. Regulados por los departamentos.

11. ESTUDIO FINANCIERO

11.1 INVERSIÓN

Para las inversiones se debe tener en cuenta las siguientes tablas:

La inversión de toda la maquinaria necesaria para la operación del servicio.

Maquinaria			
Elemento	Unidades	Valor Unitario	Total
Prensa olímpica	1	\$ 2.900.000,00	\$ 2.900.000,00
Estructura de barra libre	1	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00
Ciruel femoral	1	\$ 2.970.000,00	\$ 2.970.000,00
Banco plano graduable	1	\$ 930.000,00	\$ 930.000,00
Polea multifuncional	1	\$ 2.450.000,00	\$ 2.450.000,00
Colchonetas	8	\$ 70.000,00	\$ 560.000,00
Abmat	8	\$ 50.000,00	\$ 400.000,00
Barras olímpicas	4	\$ 400.000,00	\$ 1.600.000,00
Discos olímpicos 15 lb	6	\$ 112.000,00	\$ 672.000,00
Discos olímpicos 35 lb	4	\$ 208.000,00	\$ 832.000,00
Discos olímpicos 45 lb	2	\$ 230.000,00	\$ 460.000,00
Soporte para disco	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 10 kg	2	\$ 75.000,00	\$ 150.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 12,5 kg	2	\$ 81.000,00	\$ 162.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 15 kg	2	\$ 98.000,00	\$ 196.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 17,5 kg	2	\$ 113.000,00	\$ 226.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 20 kg	2	\$ 131.000,00	\$ 262.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 22,5 kg	2	\$ 142.000,00	\$ 284.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 25 kg	2	\$ 160.000,00	\$ 320.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 30 kg	2	\$ 195.000,00	\$ 390.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 35 kg	2	\$ 230.000,00	\$ 460.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 40 kg	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 45 kg	2	\$ 260.000,00	\$ 520.000,00
Rubber Hexagon Dumbbeell 50 kg	2	\$ 280.000,00	\$ 560.000,00

Soporte para mancuernas	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Set de rusas de 12 kg	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
Set de rusas 16 kg	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
Set de rusas 20 kg	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
Set de rusas 24 kg	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00
Estructura de barra	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000,00
Llanta tractor	4	\$ 250.000,00	\$ 1.000.000,00
Martillos	8	\$ 100.000,00	\$ 800.000,00
Wallball	8	\$ 200.000,00	\$ 1.600.000,00
Battle rop	4	\$ 600.000,00	\$ 2.400.000,00
Tapetes	16	\$ 30.000,00	\$ 480.000,00
			\$ 31.784.000,00

El equipo de computación necesario para la administración de la empresa.

Equipo de Computación			
Descripción del accesorio	Cantidad	Valor Unitario	Total
Teléfono	1	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00
Equipo de sonido	1	\$ 276.500,00	\$ 276.500,00
Amplificador	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Calculadora	1	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00
Impresora	1	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
Papelería	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Computador	2	\$ 600.000,00	\$ 1.200.000,00
TOTAL			\$ 2.094.500,00

El equipo complementario para la prestación del servicio y requisitos de cualquier establecimiento público.

Equipo de oficina			
Descripción del mueble	Cantidad	Valor Unitario	Total
Escritorios oficina	1	\$ 319.000,00	\$ 250.000,00
Módulo recepción	1	\$ 870.000,00	\$ 870.000,00
Silla giratoria	2	\$ 269.000,00	\$ 538.000,00
Archivador de 4 gavetas rodante	1	\$ 399.000,00	\$ 399.000,00
Sillas auxiliares	3	\$ 76.900,00	\$ 230.700,00
Camillas	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000,00
Locker de 20 puestos	2	\$ 675.900,00	\$ 1.351.800,00
Botiquín	2	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
Implementos de aseo	3	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00
Dispensador de jabón	3	\$ 98.500,00	\$ 295.500,00
Dispensador de gel antibacterial	3	\$ 16.700,00	\$ 50.100,00
Mueble de sala de espera	1	\$ 650.000,00	\$ 650.000,00
Extintor	3	\$ 37.700,00	\$ 113.100,00
Percheros	3	\$ 34.900,00	\$ 104.700,00
Báscula	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
TOTAL			\$ 5.242.900,00

La publicidad de lanzamiento del centro deportivo. Posteriormente se pagará un manejo básico de redes sociales mensualmente.

Publicidad lanzamiento	
Publicidad	Valor
Volantes	\$ 120.000,00
Sticker vitrina	\$ 354.000,00
Tarjetas	\$ 160.000,00
Marketing Digital	\$ 566.000,00
TOTAL	\$ 1,200,000,00

Para la prestación del servicio es indispensable adecuar el sitio en donde estará el centro deportivo, por ende, se requiere de instalaciones eléctricas, de agua y gas así como la adecuación de las secciones en donde se prestará el servicio.

Adecuación del local	
Descripción	Valor
Instalaciones eléctricas	\$ 200.000,00
Instalaciones de agua y gas	\$ 200.000,00
Adecuación de secciones	\$ 600.000,00
TOTAL	\$ 1.000.000,00

Legalmente es necesario pagar el registro mercantil y la licencia de funcionamiento del centro deportivo.

Inversiones Intangibles	
Descripción	Valor
Registro mercantil	\$ 426.000,00
Licencia de funcionamiento	\$ 630.000,00
TOTAL	\$ 1.056.000,00

Dando como inversión inicial un total de \$42.377.400. Para el funcionamiento óptimo de las instalaciones del centro de entrenamiento.

11.2 PROYECCIÓN DE VENTAS

PRODUCTOS	INGRESOS TOTALES		
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Producto 1	151.200.000	164.388.000	179.096.400

Las ventas proyectadas tienen relación con el promedio de costo y cantidad de usuarios calculado en base al estudio de la competencia de los centro de entrenamientos con características similares a fighter x, arrojando como resultado un promedio de 180 personas mensuales a un valor de \$70.000 para cada mensualidad. Por consiguiente, las proyecciones de las ventas para el primer año son la multiplicación de los usuarios mensuales con el valor de la mensualidad por los doce meses del año.

Para la proyección se tiene presente también el promedio de incremento en el IPC siendo para el año 2 de 3% y para el año 3 de un 3.5%.

11.3 COSTOS

Para los costos fijos del centro de entrenamiento se tiene presente la mano de obra directa, costos indirectos como el arrendamiento, los servicios públicos, mantenimiento de maquinaria y equipo, además de los costos relacionados con el área operativa.

COSTOS FIJOS	
DESCRIPCIÓN	MES
Arrendamiento	\$ 500.000,00
Mantenimiento Maquinaria y equipo	\$ 100.000,00
Producto de aseo	\$ 50.000,00
Costos y gastos de personal	\$ 7.760.038,30
Gastos de administración	\$ 100.000,00
Publicidad	\$ 140.000,00
TOTAL	\$ 8.650.038,30

Los costos variables son los servicios públicos debido a que dependiendo de la cantidad de personas y uso se incrementan o disminuyen

Servicios Públicos	
Descripción	Mensual
Agua	\$ 145.600,00
Energía	\$ 145.000,00
Teléfono	\$ 65.000,00
Internet	\$ 80.000,00
TOTAL	\$ 435.600,00

Explicando de donde sale el valor de costos y gastos de personal, se tiene la siguiente tabla en donde se observa los salarios de cada operario, con el auxilio de transporte dado que ninguno gana más de 2 salarios mínimos, y los desembolsos de nómina con un valor de 47.33% sobre el total de los salarios mensuales, este desembolso contiene la seguridad social, aporte parafiscales, prestaciones sociales.

Cargo	N°	Salario mensual	Auxilio de transporte	Desembolso de nómina	Total a pagar
Secretaria	1	\$ 781.242,00	\$ 88.211,00	\$370.152,46	\$1.239.605,46
Instructor	3	\$ 2.343.726,00	\$ 264.633,00	\$1.110.457,38	\$3.718.816,38
Aseadora	1	\$ 781.242,00	\$ 88.211,00	\$370.152,46	\$1.239.605,46
Administrador	1	\$ 1.000.000,00	\$ 88.211,00	\$473.800,00	\$1.562.011,00
TOTAL		\$ 4.906.210,00	\$ 529.266,00	\$ 2.324.562,30	\$ 7.760.038,30

Al igual que en gastos de administración en donde se plasma los contratos por prestación de servicios relacionados con:

Mano de obra indirecta		
Cargo	N°	Honorarios
Nutricionista	1	\$ 500.000,00
Revisor Fiscal	1	\$ 300.000,00
Contador	1	\$ 300.000,00
TOTAL		\$ 1.100.000,00

11.4 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja indica que la inversión inicial para la operación del centro es de \$52.560.149 para el primer mes, también se puede observar el total de cada rubro anualmente y a partir del segundo año el centro empieza a generar ganancias siempre y cuando se cumpla con la meta de 180 mensualidades.

		MES 1	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS		12.600.000	151.200.000	164.388.000	179.096.400
COSTOS DE PRODUCCION O DE OPERACION					
MANO DE OBRA DIRECTA		7.760.038	93.092.984	95.885.769	99.241.773
COSTOS INDIRECTOS		1.325.000	15.900.000	16.377.000	16.950.203
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
CONTRATOS POR PRESTACIÓN DE SERVICIOS		1.100.000	13.200.000	13.596.000	14.071.860
INVERSIONES					
MAQUINARIA Y EQUIPO		31.784.000	31.784.000	0	0
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACION		2.094.500	2.094.500	0	0
EQUPO DE OFICINA		5.242.900	5.242.900	0	0
PUBLICIDAD DE LANZAMIENTO		1.200.000	1.200.000	0	0
ADECUACIONES E INSTALACIONES DEL LOCAL		1.000.000	1.000.000	0	0
REIGSTRO MERCANTIL		426.000	426.000	0	0
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO		630.000	630.000	0	0
DESEMBOLSOS TOTALES		52.560.149	164.570.384	125.858.769	130.263.836
FLUJO TOTAL		(39.960.149)	(13.370.384)	38.529.231	48.832.564

11.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de Equilibrio	146
Costos Fijos	\$ 9.750.038,30
Precio de Venta	\$ 70.000.00
Costos Variables	\$ 435.600,00

El precio de venta y las unidades proyectadas son obtenidos en base al estudio de la competencia en el cual se indagó la cantidad de usuarios mensuales y se estimó un precio de venta de 70.000 por cada mensualidad.

El punto de equilibrio permite analizar la cantidad de servicios que se deben vender para llegar a un equilibrio en el cual el centro de entrenamiento no genere ni ganancias o pérdidas, dando como resultado 146 suscripciones, lo que se encuentra por debajo de las ventas proyectadas cada mes en el primer año.

11.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

TIO	18%
------------	------------

Se calcula en base a una TIO de 18% como tasa mínima de retorno de la inversión.

Flujo de Caja	INVERSIÓN (DESEMBOLSOS TOTALES) AÑO 1	INGRESOS AÑO 1	FLUJO TOTAL AÑO 2	FLUJO TOTAL AÑO 3
Flujo totales	(164.570.384)	151.200.000	38.529.231	48.832.564

INDICADORES FINANCIEROS	
VALOR PRESENTE NETO-VPN	218.922.678
TASA INTERNA DE RETORNO- TIR	28,19%

De acuerdo con el resultado de la VPN en relación con la inversión inicial, se estima que es viable económicamente dado que cumple con el objetivo financiero de ser mayor a la inversión inicial.

La TIR indica que la inversión tiene probabilidad de retornar con buenas utilidades, siendo del 28,19%, un valor mucho mayor a la TIO inicial con la cual se calcula la VPN y la TIR.

12. CONCLUSIONES

- El anteproyecto fue la pauta inicial para la elaboración del plan de negocios y determinar si el centro de entrenamiento es factible.
- El entorno socio económico de la ciudad de Pereira ofrece la posibilidad de brindar a la población un centro deportivo diferente a los existentes con espacios abiertos que relacionan el ejercicio con la naturaleza y brindan un ambiente más fresco para hacer deporte.
- La demanda de los centros deportivos y/o gimnasios va en crecimiento por lo cual es una oportunidad para la creación del centro deportivo Figther X, aún más, teniendo presente que, en el estudio de la competencia, se evidencia casi la misma oferta en todos los centros y son en espacio cerrados que imposibilitan la oferta de otro tipo de servicios para la población.
- La capacidad, el tamaño y el sector en donde se ubicará el centro deportivo, permitirá el acceso a toda la población y como valor agregado, estarán dentro del Parque Metropolitano del Café y esto será muy llamativo para algunos.
- La creación de una empresa S.A.S. ofrece beneficios y facilidades en el registro que posibilitan aún más la creación del centro deportivo.
- El análisis financiero, VPN y TIR, se da por viable el proyecto ofreciendo utilidades a mediano plazo.

13. BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO MORA, Y. E. (2008). *Diagnóstico ambiental del sector de clubes y centros deportivos del distrito capital*. Bucaramanga.
- CCP. (2018). *ESTUDIO ECONÓMICO ENERO 2018*. Pereira.
- Cubillos Murcia, N. (15 de enero de 2018). La impresionante cifra que mueven los gimnasios en Colombia. *El Colombiano*.
- DANE. (2016). *INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA REGIONAL*. Risaralda.
- Fajardo-Calderón, C. L., Romero Restrepo, M., & Vélez Romero, C. A. (2009). *Régimen legal tributario*. Bogotá.
- ICER. (2015). *INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA REGIONAL*. Risaralda.
- Lozano, R. (21 de julio de 2015). Colombia tiene cerca del 1 % de gimnasios del mundo. *El Tiempo*.
- Pereira Como Vamos. (2017). *Informe de Calidad de Vida*. Pereira.
- Quitián Roldán, D. L. (29 de mayo de 2014). Deporte y modernidad: caso Colombia. *El Tiempo*.
- Reverter Masla, J., & Barbany Cairó, J. R. (2007). Del gimnasio al ocio-salud. *Gestión Deportiva, Ocio y Turismo*, 59-68. Obtenido de <https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/viewFile/300460/389910>
- Secretaría de Planeación. (2017). *planeacionrisaralda.gov.co*. Obtenido de http://planeacion.risaralda.gov.co/Publicaciones/risaralda_segundo_departamento_en_crecimiento_del_pib_en_2017

